

## ABSTRAK

Komunikasi pemasaran merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan untuk memperkuat strategi pemasaran, guna meraih segmentasi yang lebih luas. Jejaring sosial sekarang ini tidak hanya dijadikan sebagai media pertemanan, melainkan bisa dijadikan sebagai lahan promosi bisnis. Konten *Tweetpic* di *Twitter* berpeluang besar dalam kegiatan komunikasi pemasaran produk tabungan impian Bank BRI Syariah yang baru saja diluncurkan untuk mendorong terjadinya *word of mouth*. Dengan adanya *word of mouth* melalui *Tweetpic*, diharapkan produk tabungan impian lebih dikenal oleh masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengapa Bank BRI Syariah menggunakan *Tweetpic* sebagai sarana promosi produk tabungan impian, kemudian untuk mengetahui bagaimana Bank BRI Syariah menentukan strategi pesan melalui promosi produk tabungan impian, serta untuk mengetahui mengapa *Tweetpic* menjadi strategi media dalam menyampaikan pesan atau informasi.

Hasil penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran produk tabungan impian menggunakan dua komponen penting dalam mendorong terjadinya *word of mouth* melalui *Tweetpic*, yaitu menggunakan strategi media dan strategi pesan. Kedua komponen ini adalah hal yang menentukan terjadinya *word of mouth* melalui *Tweetpic*.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, *Word of Mouth*, *Twitter*, *Tweetpic*.

## **ABSTRACT**

*Marketing communications is a form of communication that is aimed at strengthening the marketing strategy, in order to reach a wider segment. Social networking today is not only used as a medium of friendship, but can be used as a land of business promotion. Tweepic content on Twitter has a great opportunity in the marketing communication activities of Tabungan Impian BRI Syariah products that was recently launched to encourage word of mouth. With the word of mouth through Tweepic, Tabungan Impian BRI Syariah products better known by the public.*

*This research aims to find out why using Tweepic Bank BRI Syariah as a means of promotions Tabungan Impian BRI Syariah products, and then to find out how the Bank BRI Syariah determine strategies promotional messages through Tabungan Impian products, as well as to find out why Tweepic a media strategy to convey a message or information.*

*The results of this study are the product of marketing communications strategy Tabungan Impian products using two component in encouraging word of mouth through Tweepic, which uses media strategy and messaging strategy. The both component is the thing that determines the occurrence of word of mouth through Tweepic.*

*Keywords: Marketing Communication Strategy, Word of Mouth, Twitter, Tweepic.*